

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian mengenai peningkatan loyalitas tamu bisnis Hotel Puteri Gunung Lembang melalui program kualitas pelayanan ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pemasaran jasa dan Program Kualitas Pelayanan (X) sebagai variabel bebas (*independent variable*), kemudian objek penelitian yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah Peningkatan Loyalitas Tamu Bisnis (Y).

Variabel bebas (*independent variable*) adalah Program Kualitas Pelayanan (X) yang memiliki lima (5) indikator diantaranya Reliabilitas (X₁), Daya Tanggap (X₂), Jaminan (X₃), Empati (X₄), dan Bukti fisik (X₅). Sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah Peningkatan Loyalitas Tamu Bisnis (Y) yang memiliki 4 indikator diantaranya *word of mouth promotion*, *future repurchase intentions*, *price sensitivity*, dan *complaint behaviour*.

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah tamu bisnis yang melakukan kegiatan bisnis di Hotel Puteri Gunung Lembang. Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisis mengenai Peningkatan Loyalitas Tamu Bisnis Hotel Puteri Gunung Lembang Melalui Program Kualitas Pelayanan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini adalah penelitian *deskriptif dan verifikatif*. Menurut pendapat selanjutnya Sugiyono (2008:11) mengemukakan bahwa metode penelitian *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan yang lain. Melalui penelitian deskriptif ini, maka dapat diperoleh gambaran mengenai Program Kualitas Pelayanan (X) sebagai variabel bebas (*independent variable*) yang memiliki lima (5) indikator diantaranya Reliabilitas (X_1), Daya Tanggap (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4), dan Bukti fisik (X_5). Kemudian objek penelitian yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah Peningkatan Loyalitas Tamu Bisnis (Y) yang memiliki 4 indikator diantaranya *word of mouth promotion, future repurchase intentions, price sensitivity, dan complaint behaviour*.

Sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk meningkatkan loyalitas tamu bisnis Hotel Puteri Gunung Lembang melalui program kualitas pelayanan. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*.

Berdasarkan jenis penelitian diatas menggunakan metode informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, yaitu mulai dari bulan September 2008 sampai dengan bulan Desember 2008, maka pendekatan yang digunakan menurut Sugiyono (2008:8) *Cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Asep Hermawan (2006:53), yang dimaksud dengan variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat secara positif maupun negatif. Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah Program Kualitas Pelayanan (X) yang memiliki lima (5) indikator yaitu Reliabilitas (X_1), Daya Tanggap (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4), dan Bukti fisik (X_5). Kemudian objek penelitian yang menjadi variabel terikat (*dependent variabel*) adalah Peningkatan Loyalitas Tamu Bisnis (Y) yang memiliki 4 indikator diantaranya *word of mouth promotion*, *future repurchase intentions*, *price sensitivity*, dan *complaint behaviour*.

Pengoperasian variabel dari kedua variabel yang dijadikan objek pada penelitian ini menggunakan skala ordinal. Operasionalisasi variabel penelitian disajikan pada Tabel 3.1.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Program Kualitas Pelayanan (X)	Program Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Parasuraman, et al., 1988 dalam Fandy Tjiptono 2009:247).	● Reliabilitas	Tingkat kehandalan karyawan hotel dalam memberikan pelayanan	Ordinal	III.A.15
			Tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan tamu bisnis	Ordinal	III.A.16
			Tingkat kemampuan karyawan hotel dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan	Ordinal	III.A.17
			Tingkat ketepatan waktu dalam menyampaikan pelayanan kepada tamu bisnis	Ordinal	III.A.18
		● Daya Tanggap	Tingkat kecepatan tanggapan karyawan hotel dalam memberikan pelayanan kepada tamu bisnis	Ordinal	III.B.19
			Tingkat kesigapan karyawan hotel dalam melayani tamu	Ordinal	III.B.20
		● Jaminan	Tingkat keamanan dan kenyamanan sarana dan prasarana yang dimiliki hotel	Ordinal	III.C.21
			Tingkat keamanan dan keterjaminan dari segala resiko yang terjadi di hotel	Ordinal	III.C.22
			Tingkat kesopanan karyawan hotel terhadap tamu bisnis	Ordinal	III.C.23
			Tingkat kemampuan karyawan hotel dalam memberikan solusi kepada tamu bisnis	Ordinal	III.C.24
		● Empati	Tingkat kemampuan karyawan hotel dalam melakukan komunikasi yang baik dengan tamu bisnis	Ordinal	III.D.25
			Tingkat kemampuan karyawan hotel dalam memahami kebutuhan tamu bisnis	Ordinal	III.D.26
		● Bukti Fisik	Tingkat daya tarik bangunan hotel dari segi interior dan eksterior	Ordinal	III.E.27
			Tingkat kemenarikan kamar	Ordinal	III.E.28
			Tingkat kelengkapan <i>meeting room</i> yang tersedia di hotel	Ordinal	III.E.29
			Tingkat ketersediaan sarana parkir hotel	Ordinal	III.E.30

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Peningkatan Loyalitas Pelanggan (Y)	<i>Loyalty is two of the fundamental attitudes a customer most hold towards an organization in order to be considered loyal are those of trust and commitment (Morgan & Hunt, 1994 ; Lewin & Johson, 1997)</i> (Jurnal Carmen Tideswell)	• Word of Mouth Promotion	Tingkat kemampuan tamu bisnis dalam mengatakan hal yang baik kepada tamu bisnis lain	Ordinal	IV.A.31
			Tingkat kemampuan tamu bisnis dalam merekomendasikan hotel kepada tamu bisnis lain	Ordinal	IV.A.32
		• Future Repurchase Intentions	Tingkat Keinginan tamu bisnis melakukan pembelian pada hotel yang sama	Ordinal	IV.B.33
		• Price Sensitivity	Tingkat kesetiaan tamu bisnis jika terjadi perubahan harga terhadap hotel	Ordinal	IV.C.34
		• Complaint Behaviour	Tingkat penyampaian keluhan tamu bisnis kepada pihak hotel	Ordinal	IV.D.35
			Tingkat keinginan tamu bisnis beralih ke hotel lain	Ordinal	IV.D.36

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

3.2.3 Jenis Dan Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Bila dilihat dari sumber datanya, maka mengumpulkan data dapat di peroleh secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian. Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dikelompokkan ke dalam dua kelompok, antara lain:

- a. Menurut Asep Hermawan (2006: 168) yang di maksud dengan data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atas tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey ataupun observasi.

Sumber data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target pasar sasaran perusahaan dan dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian ini, yaitu tamu bisnis Hotel Puteri Gunung Lembang.

- b. Data sekunder adalah data yang telah tersedia sebelumnya, data sekunder diperoleh dari pihak lain yaitu dari buku-buku, artikel, serta tulisan-tulisan ilmiah (Sugiyono 2008:129). Sumber data sekunder adalah sumber data yang mana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Ada dua jenis data sekunder, yaitu data internal dan data eksternal. Yang termasuk data internal adalah data yang berasal dari dalam perusahaan, sedangkan data eksternal merupakan data yang dikumpulkan oleh suatu lembaga-lembaga eksternal seperti: Pemerintah, (misalnya Biro Pusat Statistik, Dept. Perdagangan/Perindustrian dan lain-lain) dan dapat berupa data yang dipublikasikan secara umum dan yang diperdagangkan. (Asep Hermawan, 2006:168). Ada pula yang menjadi sumber data sekunder yaitu berbagai literatur, artikel, karya ilmiah serta situs di internet.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Berikut ini data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikannya dalam Tabel 3.2 sebagai berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Jenis Sumber Data	Kategori Data	Sumber Data
1	Profil Hotel Puteri Gunung Lembang	Sekunder	<i>Human Resources Department</i>
2	<i>Market Share Analisis</i>	Sekunder	<i>Front Office Department, modifikasi</i>
3	<i>Recapitulation City Room Occupancy</i> di Lembang	Sekunder	<i>Front Office Department</i>
4	Tamu Bisnis Hotel Puteri Gunung Lembang	Sekunder	<i>Sales & Marketing Department, modifikasi</i>
5	Strategi pelaksanaan yang dilakukan Hotel Puteri Gunung Lembang	Sekunder	<i>Human Resources Department</i>
6	Alasan perusahaan melakukan kegiatan bisnis di Hotel Puteri Gunung Lembang	Primer	Hotel Puteri Gunung Lembang
7	Tanggapan tamu bisnis mengenai program kualitas pelayanan di Hotel Puteri Gunung Lembang	Primer	Tamu bisnis Hotel Puteri Gunung Lembang
8	Tanggapan tamu bisnis mengenai loyalitas tamu di Hotel Puteri Gunung Lembang	Primer	Tamu bisnis Hotel Puteri Gunung Lembang

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2010

3.2.4 Populasi

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti (Asep Hermawan, 2006: 143). Definisi populasi juga diungkapkan oleh Sugiyono (2008:72) yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai program kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda alam yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek itu.

Pada langkah awal seseorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran, yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Menurut etika penelitian, kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi pada penelitian ini diambil dari jumlah tamu bisnis yang melakukan kegiatan bisnis lebih dari 1 kali di Hotel Puteri Gunung Lembang, dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

TABEL 3.3
TAMU BISNIS HOTEL PUTERI GUNUNG LEMBANG YANG
MELAKUKAN KEGIATAN BISNIS LEBIH DARI 1 KALI TAHUN 2009

Jenis Perusahaan	Frekuensi
Lembaga Pemerintah	7
Perusahaan Swasta	19
BUMN	6
Total	32

Sumber: Hasil Pengolahan data 2010

Berdasarkan Tabel 3.3, jumlah populasi yang melakukan kegiatan bisnis lebih dari 1 kali di Hotel Puteri Gunung Lembang dalam kurun waktu 1 tahun berjumlah 32 tamu bisnis. Populasi yang dipakai pada penelitian ini adalah Tamu Bisnis yang melakukan kegiatan bisnis, terdiri dari perusahaan swasta, lembaga pemerintah dan BUMN. Jumlah populasi yang didapatkan oleh Hotel Puteri Gunung Lembang tidak terlalu banyak, maka seluruh populasi tersebut memungkinkan untuk dijadikan sampel sebanyak 32 tamu bisnis, sehingga pada penelitian ini menggunakan teknik *Sampling* Jenuh.

Menurut Sugiyono (2008:122-123) “*Sampling* Jenuh adalah “Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel”. Hal ini dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang (perusahaan) atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaaan data untuk kepentingan penelitian. Data yang telah berkumpul digunakan untuk hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang diperoleh penulis adalah:

1. Wawancara

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan melalui komunikasi langsung dengan pihak-pihak manajemen Hotel Puteri Gunung Lembang diantaranya kepada Ibu. Ranti selaku admin *sales&Marketing* untuk mengetahui data tamu bisnis yang melakukan pembelian ulang, Bpk. Aceh selaku *Front Office Manager* untuk memperoleh data *market segment analysis* dan Bpk. Tony selaku *Human Resources Manager* untuk mengetahui profil beserta struktur organisasi Hotel Puteri Gunung Lembang.

2. Observasi

Yaitu mengadakan pengamatan terhadap objek penelitian dan data yang diperlukan dalam penelitian, yang diteliti adalah ada atau tidaknya pengaruh program kualitas pelayanan terhadap peningkatan loyalitas tamu bisnis

Hotel Puteri Gunung Lembang serta untuk memperoleh informasi lain yang belum dapat diperkirakan sebelumnya.

3. Kuesioner

Yaitu teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Angket berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik tamu bisnis, pengalaman tamu bisnis, pelaksanaan program kualitas pelayanan dan peningkatan loyalitas tamu bisnis. Dalam penelitian ini kuesioner atau angket berlaku sebagai data primer. Angket yang digunakan dan disebarakan pada tamu bisnis merupakan angket tertutup yaitu angket dengan item-item pertanyaan, angket yang disusun dengan memberikan alternatif jawaban yang disediakan oleh peneliti. Dengan menggunakan angket tertutup sebagai teknik pengumpulan data akan mempermudah peneliti dalam melakukan analisis data dari seluruh angket sehingga menghemat waktu.

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah variabel yang diteliti dari Program Kualitas Pelayanan dan Peningkatan Loyalitas Tamu Bisnis.

Studi literatur ini di dapat dari sumber sebagai berikut:

- a. Beberapa buku yang tersedia di program studi, perpustakaan UPI, Universitas lain dan toko buku.
- b. Skripsi angkatan terdahulu, dan jurnal-jurnal.
- c. Media elektronik seperti internet.

TABEL 3.4
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No.	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
1.	Studi Literatur	Teori mengenai program kualitas pelayanan dan peningkatan loyalitas tamu bisnis
2.	Jurnal	Teori mengenai program kualitas pelayanan dan peningkatan loyalitas tamu bisnis
3.	Observasi	Pengetahuan mengenai program kualitas pelayanan
4.	Wawancara	Pihak Hotel Puteri Gunung Lembang
5.	Kuesioner	tamu bisnis di Hotel Puteri Gunung Lembang

Sumber : Hasil Pengolahan data

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner maka setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel X (program kualitas pelayanan), dapat meningkatkan atau tidak pada variabel Y (loyalitas tamu bisnis).

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau salah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment*, yang dikemukakan oleh

Pearson:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Sumber: Suharsimi Arikunto 2006:274)

Dimana:

r : koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

X : Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y : Skor total

ΣX : Jumlah skor dalam distribusi X

ΣY : Jumlah skor dalam distribusi Y

ΣY^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

ΣX^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

N : Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang telah diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

Pada perhitungannya validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 18.0 *for window*.

TABEL 3.5
HASIL UJI VALIDITAS ITEM PERTANYAAN PROGRAM
PROGRAM KUALITAS PELAYANAN DAN PENCIPTAAN
LOYALITAS TAMU BISNIS

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Program Kualitas Pelayanan				
a.	Reliabilitas			
1.	Tamu bisnis melakukan kegiatan bisnis di PGH karena kehandalan karyawan hotel dalam memberikan pelayanan.	0,770	0,374	Valid
2.	Pelayanan yang diberikan karyawan hotel sesuai dengan harapan tamu bisnis	0,701	0,374	Valid
3.	Kemampuan karyawan Hotel dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan	0,831	0,374	Valid
4.	Ketepatan waktu dalam menyampaikan pelayanan kepada tamu bisnis	0,585	0,374	Valid

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Program Kualitas Pelayanan				
b.	Daya Tanggap			
5.	Kecepat tanggapan karyawan hotel dalam memberikan pelayanan kepada tamu bisnis	0,851	0,374	Valid
6.	Kesigapan karyawan hotel dalam melayani tamu bisnis	0,842	0,374	Valid
c.	Jaminan			
7.	Keamanan dan kenyamanan sarana dan prasarana yang dimiliki hotel	0,673	0,374	Valid
8.	Keamanan dan keterjaminan dari segala resiko yang terjadi di Hotel	0,671	0,374	Valid
9.	Kesopanan karyawan hotel terhadap tamu bisnis	0,800	0,374	Valid
10.	Kemampuan karyawan hotel dalam memberikan solusi kepada tamu bisnis	0,727	0,374	Valid
d.	Empati			
11.	Kemampuan karyawan hotel dalam melakukan komunikasi yang baik dengan tamu bisnis	0,805	0,374	Valid
12.	Kemampuan karyawan hotel dalam memahami kebutuhan tamu bisnis	0,821	0,374	Valid
e.	Bukti Fisik			
13.	Daya tarik bangunan hotel dari segi interior dan eksterior	0,695	0,374	Valid
14.	Kemenarikan kamar hotel	0,722	0,374	Valid
15.	Kelengkapan <i>meeting room</i> yang tersedia di Hotel	0,567	0,374	Valid
16.	Ketersediaan sarana parkir hotel	0,687	0,374	Valid
Peningkatan Loyalitas Tamu Bisnis				
a.	<i>Word of mouth promotion</i>			
17.	Kemampuan tamu bisnis dalam mengatakan hal yang baik kepada tamu bisnis lain	0,751	0,374	Valid
18.	Kemampuan tamu bisnis dalam merekomendasikan hotel kepada tamu bisnis lain	0,643	0,374	Valid
b.	<i>Future repurchase intentions</i>			
19.	Keinginan tamu bisnis melakukan pembelian ulang pada Hotel Puteri Gunung Lembang	0,455	0,374	Valid
c.	<i>Price sensitivity</i>			
20.	Kesetiaan tamu bisnis jika terjadi perubahan harga terhadap hotel	0,748	0,374	Valid
d.	<i>Complaint behaviour</i>			
21.	Penyampaian keluhan Tamu bisnis kepada pihak Hotel Puteri Gunung Lembang	0,559	0,374	Valid
22.	Keinginan tamu bisnis untuk beralih ke Hotel lain	0,640	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2010

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner di atas pengukuran validitas untuk variabel program kualitas pelayanan dan peningkatan loyalitas tamu bisnis

dinyatakan valid karena skor r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandaian tertentu (Suharsimi Arikunto 2006:145)

Reliabilitas terbagi menjadi dua yaitu, reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal. Seperti halnya validitas, dua nama ini sebenarnya menunjuk pada cara-cara menguji tingkat reliabilitas. Jika ukuran atau kriteriumnya berada di luar instrumen maka dari hasil pengujian ini diperoleh reliabilitas eksternal. Sebaliknya jika perhitungan dilakukan berdasarkan data dari instrumen tersebut saja, akan menghasilkan reliabilitas internal (Suharsimi Arikunto 2006:158).

Pengujian pada reliabilitas penelitian ini menggunakan reliabilitas internal dengan rumus *Cronbach Alpha*. Hal ini dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentang beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Rumus *Cronbach Alpha*:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Sumber: Suharsimi Arikunto (2006:196)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan atau soal

σ_1^2 = varians total

$\Sigma\sigma_b^2$ = jumlah varians butir

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians setiap butir terlebih dahulu kemudian jumlahkan, seperti yang dipaparkan berikut:

$$\sigma = \frac{\Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n}}{n}$$

Sumber: Suharsimi Arikunto (2006:184)

Keterangan:

σ_1^2 = varians total

ΣX = jumlah skor

N = jumlah responden

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. item pertanyaan yang telah diteliti dikatakan valid jika $r_{Hitung} > r_{Tabel}$.
2. item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $t_{Hitung} < t_{Tabel}$.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 18.0 for window. Hasil perhitungan reliabilitas instrumen penelitian memperhatikan bahwa semua butir pertanyaan valid karena skor $r_{Hitung} > r_{Tabel}$.

TABEL 3.6
HASIL UJI RELIABILITAS CRONBACH ALPHA

No	Variabel	r_{hitung} (Alpha)	r_{tabel}	Keterangan
1.	Program Kualitas Pelayanan	0,943	0,70	Reliabel
2.	Peningkatan Loyalitas Tamu Bisnis	0,706	0,70	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan data, 2010

Berdasarkan Tabel 3.6 di atas, hasil pengolahan data kuesioner di atas pengukuran reliabilitas untuk variabel program kualitas pelayanan dan peningkatan loyalitas tamu bisnis dinyatakan reliabel karena skor r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,70. Variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah program kualitas pelayanan, dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,943 sedangkan variabel peningkatan loyalitas tamu bisnis memiliki nilai r_{hitung} sebesar 0,706.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Pada penelitian ini digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisa kualitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik, analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif.

Analisis Deskriptif variabel penelitian

- a. Analisis Deskriptif Variabel X (Program Kualitas Pelayanan)
- b. Analisis Deskriptif Variabel Y (Peningkatan Loyalitas Tamu Bisnis)

Analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul yang berasal dari jawaban

responden atas item-item dalam kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2008:86) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi *indicator variable*. Kemudian variabel tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan. Sedangkan untuk mengkategorikan hasil perhitungan digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas menurut Al Rasyid (1994:128) berdasarkan rentang tersebut maka dapat ditentukan 4 (empat) kriteria sebagai berikut :

0 % - < 25% (Minimal – Kuartil I)	: Tidak Baik
25% - < 50% (Kuartil I – Median I)	: Kurang Baik
50% - < 75% (Median – Kuartil III)	: Cukup Baik
75% - 100% (Kuartil III – Maksimal)	: Baik

Method Of Successive Interval (MSI)

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid,1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.

2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

3.2.7.2 Rancangan Teknis Analisis Data Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi dan analisis regresi linier sederhana karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel yaitu mengenai pengaruh program kualitas pelayanan (X) terhadap peningkatan loyalitas tamu bisnis (Y). Penelitian ini setiap pernyataan dari angket terdiri dari 5 kategori penilaian sebagai berikut :

TABEL 3.7
ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA LIKERT

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat menarik, sangat tepat, sangat bermanfaat, sangat sesuai, sangat puas, sangat beragam, sangat lengkap, sangat baik.	5
Menarik, tepat, bermanfaat, sesuai, puas, beragam, lengkap, baik.	4
Kurang menarik, kurang tepat, kurang bermanfaat, kurang sesuai, kurang puas, kurang beragam, kurang lengkap, kurang baik.	3
Tidak menarik, tidak tepat, tidak bermanfaat, tidak sesuai, tidak puas, tidak beragam, tidak lengkap, tidak baik.	2
Sangat tidak menarik, sangat tidak tepat, sangat tidak bermanfaat, sangat tidak sesuai, sangat tidak puas, sangat tidak beragam, sangat tidak lengkap, sangat tidak baik.	1

Sumber : Sugiyono (2006 : 87)

Teknik analisis linear dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Uji asumsi regresi

a Uji asumsi normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Triton (2005:76) "Data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal". Data yang mengandung data eksrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pada penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *normal probability plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak disekitar garis diagonal pada *normal probability plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas.

b. Uji asumsi multikolinearitas

Multikolinearitas adalah situasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya dalam analisis regresi. Apabila dalam analisis terdeteksi multikolinearitas maka angka estimasi koefisien regresi yang didapatkan mempunyai nilai yang tidak sesuai dengan substansi, sehingga dapat menyesatkan interpretasi. Selain itu juga nilai standar error setiap koefisien regresi dapat menjadi tidak terhingga. Dua parameter yang paling sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai tolerance dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinearitas apabila nilai VIF menjauh 1 atau nilai tolerance menjauhi 1. menurut Nachrowi dan Usman (2006:102), " multikolinearitas dianggap ada jika nilai VIF lebih dari 5".

c. Uji asumsi heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Residu pada heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi Heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu, dan apabila datanya berpencar disekitar angka nol (pada sumbu Y).

2. Menurut Sugiyono (2007:183) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

TABEL 3.8
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2007:183)

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, dengan asumsi $0 < r^2 < 1$ menggunakan rumus:

$$KP = (r_{yx})^2 \times 100\%$$

(Riduwan, 2009:136)

Keterangan :

KP : Nilai Koefisien determinasi

r : Nilai koefisien korelasi

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan data interval setelah menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian.

Hipotesis yang diajukan yaitu program kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap loyalitas tamu bisnis (Y). Hipotesis tersebut digambarkan sebagai berikut:



GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL X DAN Y

Keterangan :

X : variabel Program Kualitas Pelayanan

Y : variabel Loyalitas Tamu Bisnis

ε : residu (variabel lain diluar variabel X yang berpengaruh) ke arah variabel akibat (*endogenous*) dinyatakan oleh besarnya nilai numerik dari variabel *eksogenous*.

Untuk menguji keberartian koefisien arah regresi dilakukan dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$F = \frac{S^2_{\text{reg}}}{S^2_{\text{sis}}}$$

Sumber : Sudjana, 2001:16

Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan thitung dan tabel yaitu dengan menggunakan rumus distribusi *student*. Rumus dari distribusi *student* adalah:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber: Riduwan, 2009:137

Keterangan:

t : Distribusi *student*

r : Koefisien korelasi *product moment*

n : Banyak data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Hipotesis yang diuji yaitu Loyalitas Tamu Bisnis (Y) Hotel Puteri Gunung Lembang Melalui Program Kualitas Pelayanan (X). Untuk menguji signifikansi konstanta dari variabel X diperoleh dari uji t dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_a \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara Program Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Hotel Puteri Gunung Lembang.

$H_0 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara Program Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu Bisnis Hotel Puteri Gunung Lembang.